

ARIANESPACE TOUJOURS LEADER DU LANCEMENT DE SATELLITES COMMERCIAUX



Stéphane Israël, Président
Directeur Général

BIO EXPRESS

Stéphane Israël est diplômé de l'ENS de la rue d'Ulm et de l'ENA. Il débute en tant que magistrat à la Cour des Comptes en 2001. En 2007, il rejoint l'industrie aéronautique et spatiale, d'abord comme conseiller du PDG d'EADS, Louis Gallois, puis en occupant des responsabilités opérationnelles au sein de la branche défense d'Astrium Space Transportation et de la branche géo-information d'Astrium Services. Directeur de Cabinet du Ministre du redressement productif jusqu'en avril 2013, Stéphane Israël est ensuite nommé Président Directeur Général d'Arianespace.

Quelle est précisément la double vocation d'Arianespace ?

La première consiste à assurer à l'Europe un accès autonome à l'espace. Pour ce faire, Arianespace est liée à l'Agence Spatiale Européenne (ESA) par une convention et dispose de trois lanceurs : Ariane 5, Soyuz et Vega, qu'elle opère depuis le Centre Spatial Guyanais. Avec ces trois lanceurs, Arianespace répond à l'ensemble des besoins de mise en orbite de satellites institutionnels. Sa deuxième mission est d'aller, avec succès, sur le marché commercial des satellites commerciaux.

Quelle est la raison de cette double vocation ?

Depuis les années 1970, l'Europe a fait le choix d'un accès autonome à l'espace. Par ailleurs, en raison de l'étroitesse du marché institutionnel européen, il est vital pour un acteur comme

Interlocuteur reconnu depuis trois décennies, **Arianespace** répond à une mission duale à la fois de souveraineté pour l'Europe mais également commerciale vis à vis de l'ensemble de ses clients. Entretien avec Stéphane Israël, Président Directeur Général.

Arianespace de se positionner sur le marché commercial, ce qu'elle fait depuis plus de trois décennies.

Le carnet de commande en cours d'Arianespace pour l'année 2014 représente 60 % du marché mondial. Qui sont vos clients ?

Nos 32 clients se répartissent entre des acteurs purement commerciaux et des institutions telles que la Commission Européenne, devenue, à travers l'ESA, le premier client d'Arianespace avec les programmes Galileo et Copernicus. Nous comptons également dans notre carnet de commandes tous les grands opérateurs mondiaux. Ce carnet de commandes (2/3 commercial et 1/3 institutionnel) représente 4,5 milliards d'euros et garantit à Arianespace une activité jusqu'en 2018.

Quelle est la stratégie commerciale ?

Notre stratégie consiste à continuer à capturer des satellites pour ces trois lanceurs ! Arianespace doit faire preuve de toute la souplesse nécessaire pour faire face aux évolutions de la concurrence. La concurrence nouvelle sur le segment des petits satellites de télécoms destinés à la position basse d'Ariane nous a ainsi imposé d'opérer des efforts sur nos prix, efforts que nous avons gagés par un plan de compétitivité d'Arianespace et de l'ensemble de la filière. Les trois principaux atouts de nos lanceurs, la fiabilité, la disponibilité et la qualité participent étroitement au maintien et au renforcement de notre compétitivité.

Pour la décennie 2020, notre objectif est de réussir

l'introduction d'Ariane 6, celle-ci ayant pour vocation de répondre aux besoins institutionnels de l'Europe tout en étant ultra-compétitive sur le marché commercial.

Comment Arianespace se positionne-t-elle face à un monde toujours en mouvement où la concurrence ne cesse de croître et où les efforts de compétitivité sont plus forts ?

La volonté d'Arianespace est de mettre sa triple excellence opérationnelle, commerciale et financière, la force de sa marque et la motivation de ses équipes à la disposition d'une nouvelle gouvernance de l'ensemble de la filière. Cette nouvelle gouvernance s'affirme dans la perspective de la prochaine conférence ministérielle de l'ESA prévue en décembre à Luxembourg. L'Europe s'apprête à se doter d'un nouveau lanceur, Ariane 6, et à faire évoluer les relations entre les agences, l'industrie et Arianespace : parce que la concurrence s'accroît, Arianespace veut être à la pointe de ces changements. ■

EN BREF

- 1980 : Fondation d'Arianespace
- 3 lanceurs complémentaires Ariane, Vega et Soyuz
- 90 clients publics et privés depuis sa création
- 1 milliard d'euros de nouveaux contrats au 30 septembre 2014